



DETERMINASI KINERJA TENAGA PENJUAL STUDI KASUS PADA SPBU MAJAPAHIT SENDANGGUWO SENDANGGUWO 44.501.15

Andhatu Achsa, SE, M.M

Dosen Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar, Magelang, Indonesia

dhatu86@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima

Disetujui

Dipublikasikan

Kata Kunci:

*Orientasi Pelanggan,
Kepuasan Kerja, dan
Kinerja Penjualan*

Abstrak

SPBU Majapahit Sendangguwo 44.501.15 merupakan salah satu usaha dagang yang berorientasi kepada pelanggan, walaupun terjadi penurunan jumlah penjualan di SPBU Majapahit Sendangguwo sejak tahun 2005 hingga pertengahan tahun 2008. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan SPBU Majapahit Sendangguwo yang berjumlah 32 orang. Data diperoleh melalui data primer dengan cara membagikan kuesioner untuk ditanggapi dan dengan data sekunder melalui beberapa data yang diperoleh dari SPBU Majapahit Sendangguwo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pelanggan serta kepuasan kerja terhadap kinerja penjualan pada SPBU Majapahit Sendangguwo. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian regresi berganda menunjukkan bahwa (a) orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan, (b) kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan.

**PERFORMANCE DETERMINATION OF SELLER PERFORMANCE
CASE STUDY ON MAJAPAHIT SPORT SENDANGGUWO SENDANGGUWO**

44.501.15

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima
Disetujui
Dipublikasikan

Keywords:
*Customer
Orientation, Job
Satisfaction, and
Sales Performance*

Abstract

Majapahit gas station Sendangguwo 44.501.15 is one of the customer-oriented trading business, although there is a decrease in the number of sales in Majapahit Sendangguwo gas stations since 2005 until mid-2008. Respondents in this study were employees SPBU Majapahit Sendangguwo which amounted to 32 people. Data obtained through primary data by distributing questionnaires to be responded and with secondary data through some data obtained from SPBU Majapahit Sendangguwo. Penelitian aims to determine the effect of customer orientation and job satisfaction on sales performance at Majapahit Sendangguwo gas station. Data analysis was done by using multiple linear regression. The result of multiple regression research shows that (a) customer orientation has positive and significant effect to sales performance, (b) job satisfaction have positive and significant effect to sales performance.

✉ Alamat korespondensi :

Isikan alamat institusi

E-mail: (email yang ditulis adalah email penulis yang berkorespondensi dengan editor)

ISSN

2580-8893 (cetak)

2614-2953 (online)

PENDAHULUAN

Studi-studi pemasaran yang ada menunjukkan bahwa kinerja pemasaran sangat ditentukan oleh kesadaran membangun strategi yang berbasis pada orientasi pelanggan yang kuat. Suatu perusahaan jika ingin sukses maka harus mempunyai budaya bisnis yang berorientasi kepada pelanggan (Yosevina, 2004). Konsep orientasi pelanggan yang dianut oleh perusahaan harus mampu dijalankan oleh seluruh anggota perusahaan, khususnya oleh tenaga penjualan yang merupakan ujung tombak keberhasilan perusahaan dalam menjalin hubungan dengan konsumen. Dengan penerapan konsep orientasi kepada pelanggan di dalam perusahaan maka diharapkan kinerja tenaga penjualan dapat ditingkatkan.

Profesionalisme dalam bidang penjualan merupakan kunci sukses pemasaran di masa depan. Dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, banyak perusahaan yang mendorong para tenaga penjual untuk memiliki orientasi terhadap pelanggan dalam menjalankan penjualannya. Tenaga penjual merupakan ujung tombak keberhasilan perusahaan dalam menjalin hubungan dengan konsumen (Sutopo dan Sutono, 2004). Swenson dan Herche (1994, dalam Boles et. al. 2001) menemukan bukti bahwa orientasi pelanggan berhubungan positif dengan kinerja tenaga hasil penjualan industrial. Brown (1988 dalam Howe et. al, 1994) juga menemukan bahwa orientasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual. Hal ini berarti orientasi pelanggan menunjukkan derajat penyedia jasa mempraktikkan konsep pemasaran melalui upaya membantu pelanggan mengambil keputusan pembelian yang akan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Semakin tinggi orientasi pelanggan, maka penyedia jasa biasanya bekerja dalam perilaku yang akan menghantarkan pada kepuasan jangka panjang pelanggan (Howe et. al, 1994).

Martono (2004) membuktikan bahwa kepuasan kerja tenaga penjual berhubungan positif dengan kinerja tenaga penjual. Menurut hasil studi Bagozzi (1980), masih menunjukkan hasil yang berubah-ubah hubungan antara kepuasan kerja dengan kinerja, meskipun menurut individu yang berbeda hubungan ini mempunyai fungsi yang penting, karena diduga masih kuatnya hubungan antara kepuasan kerja tenaga penjualan dengan kinerja tenaga penjual. Kepuasan kerja adalah suatu pernyataan yang menyenangkan dari individu atas hasil kerjanya,

baik menurut penilaian individu itu sendiri, orang lain dan yang terpenting manajer sebagai atasannya.

Pertamina sebagai perusahaan negara yang bergerak di bidang pertambangan dan gas alam berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat akan bahan bakar minyak (BBM) tersebut dengan menyuplai bahan bakar minyak tersebut ke seluruh SPBU yang ada di seluruh Indonesia. Para produsen berusaha mendistribusikan BBM tersebut melalui seluruh SPBU yang tersebar di seluruh daerah di Indonesia.

Bisnis SPBU memberikan pendapatan yang cukup besar bagi perekonomian Jawa Tengah. Hal ini terbukti berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang yang menunjukkan bahwa sektor perdagangan, hotel dan restoran memberikan sumbangan bagi perekonomian dengan pertumbuhan riil sebesar 21,11 persen dengan laju pertumbuhan sebesar 5,85 persen pada tahun 2006. Sumbangan dari sektor ini merupakan yang tertinggi kedua setelah sektor industri pengolahan.

SPBU Majapahit Sendangguwo Sendangguwo merupakan sebuah usaha dagang yang bergerak pada bidang SPBU, yang didirikan pada tanggal 15 Agustus 1995, dengan pemilik pribadi bernama H.R. Widjanarko. SPBU ini dilengkapi oleh 5 mesin pompa dengan 2 selang pada masing-masing mesin pompa/dispenser. SPBU ini juga dilengkapi oleh 2 tangki pendam PREMIUM masing-masing berkapasitas 40 ton, 2 tangki pendam Solar masing-masing berkapasitas 40 ton, dan 1 buah tangki Pertamina berkapasitas 15 ton. Konsep yang diterapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya adalah konsep SPBU Pasti Pas yang memberikan pelayanan sesuai standar ketentuan program Pasti Pas yang diadakan oleh Pertamina. Yang dimana ketentuan yang ada ini menjamin akan Pasnya takaran, Pasnya kualitas, dan Pasnya pelayanan yang diberikan. Hal ini sesuai dengan motto dari program Pasti Pas! itu sendiri. Sedangkan pada pelayanan yang diberikan langsung melalui operator pengisian dilakukan seperti semboyan pasti PAS, yakni 3S (Senyum, Salam, Sapa). Sehingga SPBU Majapahit Sendangguwo ini memiliki poin lebih dibandingkan oleh SPBU lain yang belum mempunyai lisensi Pasti Pas! dari Pertamina, hal ini juga disiapkan untuk menghadapi persaingan yang ada di kota Semarang.

Tabel 1 Penjualan BBM Dalam Satuan Liter Tahun 2005 – 2008

Tahun	Pertamax		Premium		Solar	
	Liter	Persentase	Liter	Persentase	Liter	Persentase
2005	11379,4	23,7	551920	23	218239	16,7
2006	19577	40,9	679509,7	28,3	393572,79	30,2
2007	12582	26,3	618034	25,7	357116	27,4
2008	4383	9,1	551611	23	334711,41	25,7
Total	47921,4	100	2401075	100	1303639	100

Sumber: SPBU Majapahit Sendangguwo Jl. Brigjen Sudiarto No. 264. Semarang

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas yang menyajikan mengenai penjualan BBM (dalam satuan liter) pada SPBU Majapahit Sendangguwo selama tahun 2005 hingga pertengahan tahun 2008, dapat dilihat bahwa secara umum penjualan BBM di SPBU Majapahit Sendangguwo menunjukkan hasil yang berfluktuasi. Hasil penjualan BBM yang berfluktuasi di SPBU Majapahit Sendangguwo ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor-faktor baik yang bersifat makro maupun mikro. Faktor yang bersifat makro merupakan faktor yang secara umum mempengaruhi semua industri seperti inflasi. Sedangkan faktor yang bersifat mikro merupakan faktor-faktor yang bersifat lebih khusus dan hanya mempengaruhi industri itu sendiri. Penjualan BBM yang berfluktuasi ini, salah satunya dapat disebabkan oleh kinerja tenaga penjual yang kurang maksimal. Oleh karena itu penelitian ini bermanfaat dalam mengkaji mengenai pengaruh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi (determinan) kinerja tenaga penjual supaya lebih maksimal lagi.

RUMUSAN MASALAH

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator kunci dari kinerja pemasaran. Seperti yang telah diuraikan pada latar belakang permasalahan, dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah penjualan di SPBU Majapahit Sendangguwo yang terletak di Jl. Brigjend Sudiarto No.264, Semarang sejak tahun 2005 hingga pertengahan tahun 2008. Hal ini menunjukkan bahwa SPBU tersebut perlu meningkatkan kinerja tenaga penjualnya untuk lebih dapat meningkatkan jumlah penjualannya.

Dalam konteks penjualan, kinerja tenaga penjual merupakan faktor yang penting di dalam perusahaan dimana secara langsung menghasilkan pendapatan untuk perusahaan dan merupakan kunci untuk keberhasilan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja tenaga penjual, maka perlu diketahui faktor-faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi kinerja tenaga penjual. Berdasarkan hal tersebut di atas, masalah yang akan dikaji meliputi (1)

ada atau tidaknya pengaruh orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjual, dan (2) ada atau tidaknya pengaruh dari kepuasan kerja terhadap kinerja tenaga penjual.

TUJUAN

Tujuan dari penelitian ini antara lain :

- (1) untuk menganalisis pengaruh orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjual;
- (2) untuk menganalisis pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja tenaga penjual.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah “*Explanatory research*” atau penelitian yang bersifat menjelaskan, artinya penelitian ini menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Raharjo, 2004). Data yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh melalui dua sumber, yaitu (1) data primer yaitu data tentang karakteristik responden, kompetensi, dan kinerja; (2) data sekunder yaitu data tentang penjualan yang dicapai oleh SPBU Majapahit Sendangguwo.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner. Responden terdiri atas 32 tenaga penjual di SPBU Majapahit Sendangguwo. Tipe pertanyaan dalam kuesioner adalah pertanyaan tertutup dimana responden diminta untuk membuat pilihan diantara serangkaian alternatif yang diberikan oleh peneliti (Sekaran, 2006). Untuk menentukan skala sikap responden atas pertanyaan penelitian digunakan Skala Likert yang didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju pada skala lima dengan susunan sebagai berikut (Sekaran, 2006):

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Tidak Berpendapat (TB)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Analisis data menggunakan menggunakan program SPSS yang meliputi uji kualitas

data, uji asumsi klasik, dan regresi. Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

e Keterangan:

Y= Kinerja penjualan

a= Nilai Konstan

X1= Orientasi Pelanggan

X2= Kepuasan Kerja Tenaga Penjual

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik responden

Karakter yang akan dijelaskan adalah tentang usia, pendidikan terakhir, dan lama bekerja.

1. Karakteristik Berdasarkan Usia

Responden yang paling banyak berusia 26-35 tahun, yaitu sebanyak 12 orang (37,5%), hal ini membuktikan bahwa responden berusia produktif dan berpengalaman.

2. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Mayoritas responden pendidikan terakhir SLTA, yaitu sebanyak 28 orang (87,5%). Karena berdasarkan syarat penerimaan pegawai di SPBU Majapahit Sendangguwo minimal pendidikan terakhirnya adalah SLTA, sedangkan karyawan yang pendidikan terakhirnya SD dan SLTP merupakan pegawai lama.

3. Karakteristik Berdasarkan Lama Bekerja

Responden yang paling banyak lama bekerjanya > 10 tahun, yaitu sebanyak 16 orang (50%). Jadi dapat disimpulkan bahwa karyawan SPBU Majapahit Sendangguwo berpengalaman.

B. Kinerja tenaga penjual (Y)

Tanggapan responden berkaitan dengan kinerja tenaga penjual menyatakan responden yang menjawab setuju sebesar 64,7%, sangat setuju sebanyak 20,9%, netral sebanyak 13,5%, dan yang tidak setuju sebanyak 0,9%. Artinya bahwa kinerja tenaga penjualan di SPBU Majapahit Sendangguwo memuaskan. Hal ini didukung oleh:

1. Karyawan memiliki hubungan baik dengan pelanggan (Y.1), yang menyatakan setuju sebanyak 59,4%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 25%, dan yang menjawab netral sebanyak 15,6%.

2. Karyawan melakukan pekerjaan secara efektif (Y.2), yang menyatakan setuju sebanyak 68,8%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 21,9%) dan yang menjawab netral sebanyak 9,4%.
3. Karyawan memahami detail produk dan aplikasinya (Y.3), yang menyatakan setuju sebanyak 65,6%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 15,6%, yang menjawab netral sebanyak 15,6%, dan yang tidak setuju sebanyak 3,1%.

C. Orientasi Pelanggan SPBU Majapahit Sendangguwo

Tanggapan responden berkaitan dengan orientasi pelanggan menyatakan responden yang menjawab setuju sebesar 45,9%, netral sebanyak 25,7%, sangat setuju sebanyak 25,3%, dan tidak setuju sebanyak 3,1%. Artinya bahwa orientasi pelanggan di SPBU Majapahit Sendangguwo sudah baik. Hal ini didukung oleh:

1. Karyawan selalu berusaha memperlakukan pelanggan dengan baik (X1.1), yang menyatakan setuju sebanyak 43,8%, yang menjawab netral sebanyak 31,3%, dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 25%.
2. Karyawan diberi kebebasan untuk memberikan cara layanan yang berkualitas (X1.2), yang menyatakan setuju sebanyak 46,9%, yang menjawab netral sebanyak 31,3%, dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 21,9%.
3. Perusahaan menggunakan teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan (X1.3), yang menyatakan setuju sebanyak 43,8%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 28,1%, yang menjawab netral sebanyak 21,9%, dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 6,3%.
4. Karyawan berusaha agar pelanggan tidak komplain (X1.4), yang menyatakan setuju sebanyak 46,9%, yang menjawab netral sebanyak 28,1%, dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 25%.
5. Perusahaan menangani keluhan pelanggan dengan baik. (adanya kotak saran) (X1.5), yang menyatakan setuju sebanyak 40,6%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 31,3%, yang menjawab netral sebanyak 21,9%, dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 6,3%.
6. Perusahaan menyampaikan standar kinerja pelayanan kepada karyawan (X1.6), yang menyatakan setuju sebanyak 46,9%, yang menjawab netral

- sebanyak 31,3%, dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 21,9%.
7. Perusahaan selalu berusaha melayani pelanggan dengan baik (X1.7), yang menyatakan setuju sebanyak 50%, yang menjawab netral sebanyak 28,1%, dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 21,9%.
 8. Perusahaan selalu memantau kualitas layanan yang diberikan karyawan (X1.8), yang menyatakan setuju sebanyak 43,8%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 31,3%, yang menjawab netral sebanyak 21,9%, dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 3,1%.
 9. Perusahaan selalu memantau kualitas layanan yang diberikan karyawan (X1.9), yang menyatakan setuju sebanyak 53,1%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 21,9%, yang menjawab netral sebanyak 15,6%, dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 9,4%.
 10. Karyawan mendapatkan pelatihan untuk meningkatkan pelayanan pada pelanggan (X1.10), yang menyatakan setuju sebanyak 43,8%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 25%, yang menjawab netral sebanyak 25%, dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 6,3%.

D. Kepuasan Kerja Tenaga Penjual SPBU Majapahit Sendangguwo

Tanggapan responden berkaitan dengan kepuasan kerja menyatakan responden yang menjawab setuju sebesar 43,7%, netral sebanyak 32,2%, sangat setuju sebanyak 18,8%, dan tidak setuju sebanyak 5,3%. Artinya bahwa karyawan puas dalam bekerja. Hal ini didukung oleh:

1. Karyawan puas terhadap peran manajer (X2.1), yang menyatakan setuju sebanyak 37,5%, yang menjawab netral 31,3%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 21,9%, dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 9,4%.
2. Karyawan puas dalam melayani konsumen (X2.2), yang menyatakan setuju sebanyak 46,9%, yang menjawab netral sebanyak 37,5%, dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 15,6%.
3. Karyawan puas dengan pekerjaan saat ini (X2.3), yang menyatakan setuju sebanyak 46,9%, yang menjawab netral sebanyak 28,1%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 18,8%, dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 6,3%.

E. Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini uji kualitas data meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat ukur dapat mengungkapkan konsep kejadian yang diukur. Hasil uji validitas menyatakan bahwa semua indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana data dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Hasil uji reliabilitas menyatakan bahwa semua variabel mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel dikatakan reliable atau handal.

F. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, heteroskedastisitas.

1. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Output SPSS menyatakan bahwa data terdistribusi secara normal, dilihat dari bentuk kurva yang memiliki kemiringan cenderungimbang, baik pada sisi kiri maupun kanan dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna, tidak condong ke kiri maupun ke kanan, namun cenderung di tengah dan berbentuk seperti lonceng.
2. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel *independent*. Output SPSS menyatakan bahwa model regresi terbebas dari masalah multikolinearitas, dilihat dari variabel orientasi pelanggan dan kepuasan kerja mempunyai nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10.
3. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Output SPSS menyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, hal tersebut diperkuat oleh titik-titik data yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang

jas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

G. Hasil Regresi

Untuk menguji hubungan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel tergantung atau dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau variabel independen (Nugroho, 2005).

Tabel 2 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,043	1,268		2,400	,023
	Orientasi	,111	,024	,507	4,599	,000
	Kepuasan	,419	,077	,601	5,451	,000

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Output SPSS, 2009

Hasil analisis dengan program SPSS tersebut, maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk. $Y = 0,507X_1 + 0,601X_2$

Artinya adalah (1) Orientasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual sebesar 0,507; (2) Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual sebesar 0,601.

H. Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel orientasi pelanggan dan kepuasan kerja terhadap kinerja tenaga penjual.

Tabel 3 Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,805 ^a	,648	,624	,949

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Orientasi

Sumber: Output SPSS, 2009

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,624, artinya orientasi pelanggan dan kepuasan kerja mampu menjelaskan variabel kinerja tenaga penjual sebesar 62,4%, sedangkan sisanya sebesar 37,6% dijelaskan oleh faktor di luar model regresi yang digunakan, misalnya gaji, kepemimpinan, sikap kewirausahaan, perilaku etis, dan lain-lain.

I. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel orientasi pelanggan dan kepuasan kerja terhadap kinerja tenaga penjual (Supranto 2000). Berdasarkan tabel 3 di atas maka dapat disimpulkan bahwa (1) Variabel orientasi pelanggan memiliki nilai t hitung 4,599 > t tabel 2,3638, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, sehingga H1 diterima. (2) Variabel kepuasan kerja memiliki nilai t hitung 5,451 > t tabel 2,3638, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, sehingga H2 diterima.

J. Pengaruh Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Tenaga Penjual

Orientasi pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja tenaga penjual, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,507. Hal ini didukung dengan pendapat responden, yang menjawab setuju sebesar 45,9%, netral sebanyak 25,7%, sangat setuju sebanyak 25,3%, dan tidak setuju sebanyak 3,1%. Hasil dari temuan ini didukung oleh Yosevina (2004) yang mengemukakan ada hubungan positif antara perilaku penjualan yang berorientasi pelanggan, efektivitas penjualan dan tingkat sukses penjualan. Dari perspektif kinerja, nampak bahwa tenaga penjualan berorientasi pelanggan. Swenson dan Herche (1994, dalam Boles et. al, 2001) juga menemukan bukti bahwa perilaku penjualan berorientasi pelanggan berhubungan positif dengan kinerja tenaga hasil penjualan. Selain itu Sutopo dan Sutono (2004) juga menemukan bukti bahwa orientasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual.

K. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Penjual

Kepuasan kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja tenaga penjual, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,601. Hal ini didukung dengan pendapat responden, yang menjawab setuju sebesar 43,7%, netral sebanyak 32,2%, sangat setuju sebanyak 18,8%, dan tidak setuju sebanyak 5,3%. Hasil temuan ini didukung oleh Martono (2004). Kebutuhantenaga

penjualan dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan, sejalan dengan itu baik standar kepuasan kerja dan motivasi kerja juga terus meningkat, dimana hal tersebut bisa merealisasikan pencapaian kinerja penjualan yang memadai. Kepuasan kerja tenaga penjualan tercapai bila dia mampu memenuhi target penjualan, tercapainya rasa puas terhadap profesinya sendiri dan peran manajer yang memadai pada kemajuan tenaga penjualan. Menurut hasil studi Bagozzi (1980), masih menunjukkan hasil yang berubah-ubah hubungan antara kepuasan kerja dengan kinerja, meskipun menurut individu yang berbeda hubungan ini mempunyai fungsi yang penting (karena diduga masih kuatnya adanya hubungan antara kepuasan kerja tenaga penjualan dengan kinerja tenaga penjual).

KESIMPULAN

1. Variabel orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,507, artinya jika variabel orientasi pelanggan meningkat, maka kinerja tenaga penjual juga akan meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 4,599 > t_{tabel} 2,3638$, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_1 diterima.
2. Variabel kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,601, artinya jika variabel kepuasan kerja meningkat, maka kinerja tenaga penjual juga akan meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 5,451 > t_{tabel} 2,3638$, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_2 diterima.

REFERENSI

- Bagozzi, P. Richard, 1980, Performance and Satisfaction In An Industrial Sales Force: An Examination of Their Antecedent and Simultaneity, *Journal of Marketing*, Vol. 44, Spring.
- Boles et. al, 2001, An Examination of The Relationships Between Retail Work Environments, Salesperson Selling Orientation, Customer Orientation and Job Performance, *Journal of Marketing Theory and Practice*, Summer.
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang, BP-UNDIP.
- Howe et. al, 1994, The Relationship Between Ethical and Customer Oriented Service Provider Behaviors, *Journal of Business Ethics*, 13.
- Martono, 2004, Studi Mengenai Perilaku Manajer Penjualan dan Performa Penjualan, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 3 No. 1, Mei
- Nugroho Agung, Bhuono, 2005, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Raharjo Agung, 2004, Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Air Minum Aqua Di Wilayah Semarang Tengah, *Skripsi*
- Sekaran, Uma, 2006, *Research Methods For Business*, Salemba Empat, Jakarta
- Supranto, 2000, *Statistik dan Teori Aplikasi*, Erlangga, Jakarta.
- Sutopo dan Sutono, 2004, Pengaruh Perilaku Etis dan Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Tenaga Penjual: Sebuah Studi Pada Industri Asuransi Asuransi Jiwa di Semarang, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol.13, Desember
- Yosevina, Ch. Ratna Tercia, 2004, Analisis Sikap Kewirausahaan dan Orientasi Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan: Studi Empiris Pada Tenaga Penjualan Motor Pada Dealer PT. ASTRA HONDA Di Kota Semarang, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 3 No. 3, Desember.